

# 商业知识 实用手册

SHANGYEZHISHIYONGSHOUCE

杨宝泉 主编



复旦大学出版社出版

**商业知识实用手册**

杨宝康主编

复旦大学出版社出版发行

(上海国权路579号)

社会通讯杂志社书刊发行部发行 湖北省黄梅县印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张21.25 字数459,680

1991年2月第1版 1991年2月第1次印刷

印数1—3000

ISBN7-309-00646-1/P·138 定价: 9.80元

**顾问：**李明煥 朱同炳 曾繁榮

楊清和 陳忠銀

**主 编：**楊寶泉

**副主编：**汪順彪 曾宪清 陳向文

**编撰者（按姓氏笔划为序）：**

刘立强 李裕正 汪順彪

陳向文 陳炳凤 曾宪清

---

## 编 者 的 话

为帮助商业工作者了解和研究历史和现实的商业知识，拓宽商业工作者的知识面，提高经营管理水平，更好地发挥商业在社会主义现代化建设中的作用。我们编写了《商业知识实用手册》。

这是一本商业专业知识的综合读物。它集纳了商业的基本理论知识和基本技能，涉猎了商业经济改革的新知识，归集了我国历史的现实的商业经营经验。本书共分为商业基础知识、商业相关新词目、商业工作计算公式、中国历代商业政策、中国名商大贾、中国商业之最、商业谚语等方面的内容，是商业管理干部和商业职工的基础读物和日常工具书。

在编写过程中，我们参阅了大量商业方面的专著、书籍和有关资料，得到了经济、商业界的有关专家、学者的悉心指导，湖北省商业厅厅长李明焕、纪检组长（副厅长）曾赞荣、荆门市市长朱同炳、财办主任郑清和、审计局局长陈忠银热心地为本书的编写提出了许多指导性的意见，谨在此一并表示衷心感谢。

荆门市商业局局长杨宝泉承任本书主编，参加编撰的人员有汪顺彪、陈向文、曾宪清、刘志强、李裕正、陈炳凤等。对本书的编写，我们虽作了很大努力，但由于水平有限，经

验不足，讹谬疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指教。

1989年8月

?

---

# 目 录

## 商业基础知识

### 一、商品生产、流通

|        |       |
|--------|-------|
| 商品     | ( 1 ) |
| 使用价值   | ( 1 ) |
| 价值     | ( 2 ) |
| 商品生产   | ( 2 ) |
| 商品交换   | ( 3 ) |
| 商品流通   | ( 3 ) |
| 商品流通渠道 | ( 4 ) |
| 商品流转环节 | ( 4 ) |
| 价值规律   | ( 4 ) |
| 商品供求关系 | ( 5 ) |
| 货币     | ( 5 ) |
| 货币流通   | ( 6 ) |
| 流通领域   | ( 6 ) |
| 流通时间   | ( 6 ) |
| 流通体制   | ( 6 ) |
| 分配     | ( 7 ) |
| 交换     | ( 7 ) |

|           |       |
|-----------|-------|
| 消费.....   | ( 7 ) |
| 积累.....   | ( 7 ) |
| 生产资料..... | ( 8 ) |
| 生活资料..... | ( 8 ) |
| 生存资料..... | ( 9 ) |
| 发展资料..... | ( 9 ) |
| 享受资料..... | ( 9 ) |

## 二、商业组织机构

|                |        |
|----------------|--------|
| 商业.....        | ( 9 )  |
| 服务业.....       | ( 10 ) |
| 社会主义商业.....    | ( 10 ) |
| 社会主义商业的职能..... | ( 11 ) |
| 社会主义商业的任务..... | ( 11 ) |
| 国营商业.....      | ( 11 ) |
| 集体商业.....      | ( 12 ) |
| 个体商业.....      | ( 12 ) |
| 中外合资商业.....    | ( 12 ) |
| 商业管理体制.....    | ( 13 ) |
| 商业组织结构.....    | ( 13 ) |
| 商业行政机构.....    | ( 14 ) |
| 商业企业.....      | ( 14 ) |
| 商业专业公司.....    | ( 14 ) |
| 基层商业企业.....    | ( 15 ) |
| 商业企业管理机构.....  | ( 15 ) |
| 商业企业经营机构.....  | ( 15 ) |

|                  |        |
|------------------|--------|
| 企业管理兼经营机构·····   | ( 16 ) |
| 批发企业·····        | ( 16 ) |
| 一级采购供应站·····     | ( 16 ) |
| 二级采购供应站·····     | ( 17 ) |
| 三级批发机构·····      | ( 17 ) |
| 专业批发商店·····      | ( 17 ) |
| 综合批发商店·····      | ( 18 ) |
| 批零兼营商店·····      | ( 18 ) |
| 农副产品收购供应商业网····· | ( 18 ) |
| 零售商业网·····       | ( 19 ) |
| 饮食业商业网·····      | ( 19 ) |
| 服务业商业网·····      | ( 19 ) |
| 零售企业·····        | ( 20 ) |
| 供销合作社·····       | ( 20 ) |
| 供销合作社联合社·····    | ( 21 ) |
| 县联社·····         | ( 21 ) |
| 基层供销合作社·····     | ( 21 ) |
| 供销分店·····        | ( 22 ) |
| 商办工业·····        | ( 22 ) |
| 粮油加工企业·····      | ( 23 ) |
| 商办食品工业企业·····    | ( 23 ) |
| 商办机械制造业·····     | ( 23 ) |
| 茶叶土产加工企业·····    | ( 23 ) |
| 商办饲料工业企业·····    | ( 24 ) |
| 粮食商业·····        | ( 24 ) |
| 粮食管理所·····       | ( 25 ) |

|         |        |
|---------|--------|
| 小型商业企业  | ( 25 ) |
| 大中型商业企业 | ( 25 ) |
| 商业储运企业  | ( 26 ) |
| 贸易中心    | ( 26 ) |
| 世界贸易中心  | ( 27 ) |
| 信托贸易公司  | ( 27 ) |
| 贸易货栈    | ( 27 ) |
| 超级市场    | ( 28 ) |
| 连锁商店    | ( 28 ) |
| 邮购商店    | ( 29 ) |
| 友谊商店    | ( 29 ) |
| 交易所     | ( 29 ) |
| 一级商业群   | ( 29 ) |
| 二级商业群   | ( 30 ) |
| 三级商业群   | ( 30 ) |

### 三、企业管理

|        |        |
|--------|--------|
| 企业管理   | ( 30 ) |
| 企业管理职能 | ( 31 ) |
| 企业管理内容 | ( 31 ) |
| 管理客体   | ( 32 ) |
| 管理主体   | ( 32 ) |
| 管理层次   | ( 32 ) |
| 企业组织结构 | ( 32 ) |
| 直线制    | ( 33 ) |
| 职能制    | ( 33 ) |
| 直线—职能制 | ( 34 ) |

|                |        |
|----------------|--------|
| 职工代表大会制·····   | ( 35 ) |
| 企业民主管理·····    | ( 36 ) |
| 企业自主权·····     | ( 36 ) |
| 商业经营承包责任制····· | ( 37 ) |
| 消费者监督·····     | ( 37 ) |
| 全面管理·····      | ( 38 ) |
| 目标管理·····      | ( 38 ) |
| 专业管理·····      | ( 39 ) |
| 进货业务管理·····    | ( 39 ) |
| 销货业务管理·····    | ( 39 ) |
| 商业储存管理·····    | ( 40 ) |
| 安全管理·····      | ( 40 ) |
| 物资管理·····      | ( 40 ) |
| 技术管理·····      | ( 41 ) |
| 设备管理·····      | ( 41 ) |
| 柜组管理·····      | ( 41 ) |
| 动态管理·····      | ( 41 ) |
| 风险管理·····      | ( 42 ) |
| 零售企业定额管理·····  | ( 42 ) |
| 柜台纪律·····      | ( 42 ) |

#### 四、市场及营销策略

|               |        |
|---------------|--------|
| 市场学·····      | ( 43 ) |
| 市场·····       | ( 43 ) |
| 市场经济·····     | ( 43 ) |
| 社会主义统一市场····· | ( 43 ) |

|          |        |
|----------|--------|
| 市场结构     | ( 44 ) |
| 市场分析     | ( 44 ) |
| 市场调节     | ( 44 ) |
| 计划调节     | ( 45 ) |
| 市场机制     | ( 45 ) |
| 市场环境     | ( 45 ) |
| 市场营销     | ( 46 ) |
| 市场导向     | ( 46 ) |
| 市场策略     | ( 47 ) |
| 市场体系     | ( 47 ) |
| 市场风险     | ( 47 ) |
| 市场组合     | ( 47 ) |
| 市场信息时滞效应 | ( 48 ) |
| 市场信息失真效应 | ( 48 ) |
| 卖方市场     | ( 48 ) |
| 买方市场     | ( 48 ) |
| 服务市场     | ( 49 ) |
| 自选市场     | ( 49 ) |
| 目标市场     | ( 49 ) |
| 目标市场战略   | ( 50 ) |
| 市场营销观念   | ( 50 ) |
| 市场观念     | ( 50 ) |
| 推销观念     | ( 50 ) |
| 市场供求关系   | ( 51 ) |
| 市场饱和     | ( 51 ) |
| 市场调查     | ( 51 ) |

|         |        |
|---------|--------|
| 市场预测    | ( 51 ) |
| 室内研究法   | ( 51 ) |
| 访问法     | ( 52 ) |
| 观察法     | ( 52 ) |
| 实验法     | ( 52 ) |
| 消费者市场   | ( 52 ) |
| 生产者市场   | ( 52 ) |
| 消费者行为   | ( 52 ) |
| 购买动机    | ( 52 ) |
| 相关群体    | ( 53 ) |
| 消费者收入   | ( 53 ) |
| 市场定位    | ( 53 ) |
| 市场机会    | ( 53 ) |
| 企业机会    | ( 53 ) |
| 市场渗透    | ( 53 ) |
| 市场研究    | ( 54 ) |
| 市场行情    | ( 54 ) |
| 市场信息    | ( 54 ) |
| 市场开发    | ( 54 ) |
| 产品开发    | ( 54 ) |
| 市场容量    | ( 54 ) |
| 市场占有率   | ( 55 ) |
| 售前服务    | ( 55 ) |
| 售后服务    | ( 55 ) |
| 新产品试销   | ( 55 ) |
| 新产品推广策略 | ( 55 ) |

|             |        |
|-------------|--------|
| 销售渠道.....   | ( 56 ) |
| 促进销售策略..... | ( 56 ) |
| 推动销售策略..... | ( 56 ) |
| 拉引销售策略..... | ( 57 ) |

## 五、商品经营方式方法

|             |        |
|-------------|--------|
| 商品经营.....   | ( 57 ) |
| 商品收购.....   | ( 57 ) |
| 计划收购.....   | ( 58 ) |
| 订购.....     | ( 58 ) |
| 选购.....     | ( 58 ) |
| 驻厂采购.....   | ( 58 ) |
| 议购.....     | ( 59 ) |
| 预购.....     | ( 59 ) |
| 奖售.....     | ( 59 ) |
| 商品销售.....   | ( 59 ) |
| 商品调拨.....   | ( 60 ) |
| 统销.....     | ( 60 ) |
| 批发.....     | ( 60 ) |
| 零售.....     | ( 60 ) |
| 专卖.....     | ( 61 ) |
| 工商联合展销..... | ( 61 ) |
| 联营联销.....   | ( 61 ) |
| 现货交易.....   | ( 61 ) |
| 期货交易.....   | ( 62 ) |
| 敞开陈列售货..... | ( 62 ) |

|                |      |
|----------------|------|
| 展览式售货·····     | (62) |
| 封闭式柜台陈列售货····· | (62) |
| 流动售货·····      | (62) |
| 自选式售货·····     | (63) |
| 行商·····        | (63) |
| 坐商·····        | (63) |
| 拍卖·····        | (63) |
| 函购邮寄售货·····    | (63) |
| 以售为主 修售结合····· | (64) |
| 赊销·····        | (64) |
| 售货收款方式·····    | (64) |
| 售货规程·····      | (64) |
| 商品陈列·····      | (64) |
| 商品包扎·····      | (65) |
| 商品展示·····      | (65) |
| 买卖公平·····      | (65) |
| 商品退换·····      | (65) |
| 必备商品目录·····    | (66) |
| 居民需求档案·····    | (66) |
| 文明经商·····      | (66) |
| 唱收唱付·····      | (66) |
| 勤进快销·····      | (66) |
| 以销定进·····      | (67) |
| 百货商品经营·····    | (67) |
| 大百货·····       | (67) |
| 小百货·····       | (67) |

|                |      |
|----------------|------|
| 文化用品经营.....    | (68) |
| 劳保用品经营.....    | (68) |
| 纺织品、针织品经营..... | (68) |
| 服装经营.....      | (9)  |
| 五金商品经营.....    | (69) |
| 交电商品经营.....    | (70) |
| 化工商品经营.....    | (70) |
| 日用杂品经营.....    | (70) |
| 粮食商品经营.....    | (71) |
| 农副产品经营.....    | (71) |
| 棉花经营.....      | (71) |
| 茶叶经营.....      | (72) |
| 麻类经营.....      | (72) |
| 蚕茧经营.....      | (73) |
| 畜产品经营.....     | (73) |
| 菜牛菜羊经营.....    | (73) |
| 卷烟经营.....      | (74) |
| 酒类经营.....      | (74) |
| 食糖经营.....      | (74) |
| 糖果经营.....      | (75) |
| 果品经营.....      | (75) |
| 蔬菜经营.....      | (75) |
| 调味品经营.....     | (76) |
| 农业生产资料经营.....  | (76) |
| 化肥经营.....      | (77) |
| 农药商品经营.....    | (77) |

## 六、经营预测决策

|               |      |
|---------------|------|
| 市场预测技术.....   | (78) |
| 定性预测分析.....   | (78) |
| 定量预测分析.....   | (78) |
| 定时预测分析.....   | (78) |
| 定比预测分析.....   | (79) |
| 集合意见法.....    | (79) |
| 移动平均法.....    | (79) |
| 指数平滑法.....    | (79) |
| 回归分析预测法.....  | (80) |
| 季节变动预测法.....  | (80) |
| 预测误差.....     | (81) |
| 商品经济寿命周期..... | (81) |
| 比例推算法.....    | (81) |
| 动态分析法.....    | (8)  |
| 典型推算法.....    | (82) |
| 因素分析法.....    | (82) |
| 经验估计法.....    | (83) |
| 统计分析法.....    | (83) |
| 实际测定法.....    | (83) |
| ABC 分析法.....  | (83) |
| PDCA工作方法..... | (84) |
| 商业决策.....     | (84) |
| 经营决策.....     | (84) |
| 管理决策.....     | (85) |
| 确定型决策.....    | (85) |

|              |      |
|--------------|------|
| 非确定型决策.....  | (85) |
| 风险型决策.....   | (86) |
| 追踪决策.....    | (86) |
| 非常型决策.....   | (86) |
| 决策程序.....    | (86) |
| 多目标决策.....   | (87) |
| 动态决策.....    | (87) |
| 决策硬技术.....   | (87) |
| 决策软技术.....   | (88) |
| 合理决策的要求..... | (89) |

## 七、商品储运与养护

|               |      |
|---------------|------|
| 商品储存.....     | (89) |
| 商业仓库.....     | (90) |
| 仓库基地面积.....   | (90) |
| 仓库实际面积.....   | (90) |
| 货位编号.....     | (91) |
| 综合吨.....      | (91) |
| 商品入库.....     | (91) |
| 商品验收.....     | (92) |
| 商品出库.....     | (92) |
| 盘点清库.....     | (92) |
| 商品自然损耗.....   | (93) |
| 商品保管损耗.....   | (93) |
| 仓库安全“十防”..... | (93) |
| 仓库安全管理.....   | (93) |